

Rolf Schulmeister

unter Beteiligung von Roland Leikauf und Mathias Bliemeister

Preprint aus: P. Bauer, H. Hoffmann & K. Mayrberger (Hrsg.): Fokus Medienpädagogik – Aktuelle Forschungs- und Handlungsfelder. Festschrift für Stefan Aufenanger. kopaed: München 2010, S. 317-347

Ansichten zur Kommentarkultur in Weblogs

„Blogs sind in der Breite, in der sie genutzt werden, eine interessante Innovation - aber sie sind in der Regel nicht besonders nachhaltig. Sie reproduzieren etwas, was man sowieso in der Massenkommunikation vorfindet - eine eher monologische Form des Ausdrucks. So entsteht in den Blogs meist kein ‚Thread‘, es erfolgt dort in der Regel keine Erarbeitung und Weiterentwicklung von Themen und Inhalten. Die persönliche Äußerung steht stark im Vordergrund statt des Aufbaus eines konsistenten und verzweigten Diskussionsfadens. Blogs sind sehr egomane Veranstaltungen, Ich-AG's - auf die Beiträge von anderen wird nicht besonders geachtet.“ (Leggewie 2006)

Abstract

Am Beispiel von Weblogs soll die Kommentarkultur im Internet, die wesentlicher Bestandteil der Web 2.0-Definition ist, untersucht werden. Dies geschieht anhand von drei Stichproben: von 17 Weblogs in den Geschichtswissenschaften, die Roland Leikauf beschreibt, von 5 Corporate Weblogs, die Mathias Bliemeister analysiert, und von Weblogs im Bildungsbereich (Hochschule), die Rolf Schulmeister untersucht. Die empirische Verteilung der Kommentare in diesen Weblogs wird beschrieben, und die Aussage und Kommunikationsfunktion der Kommentare werden näher charakterisiert.

1. Einleitung

Hat Claus Leggewie (2006) Recht, wenn er meint, dass Weblogs eine „eher monologische Form des Ausdrucks“ seien, keine Threads entstehen würden und dass auf die Beiträge von anderen nicht besonders geachtet wird? Der Aufsatz wird versuchen, auf diese Fragen Antworten zu finden.

Ein Wert der Weblogs besteht darin, dass Schreibende sich äußern oder entäußern, maßgebliche und unmaßgebliche, allgemeine Gedanken oder persönliche Erlebnisse von sich geben, mitteilen, was Sie gerade lesen, an welchen Konferenzen sie teilnehmen, welche Vorträge sie halten, was sie feiern etc. Auch wenn die meisten Blogger nur ein privates Weblog führen (Schmidt, Schönberger und Stegbauer 2005) geht es vielen anderen um „öffentliches Rasonieren“ (S. 5) mit dem Ziel hoher „Sichtbarkeit“ (S. 4).

Welche Merkmale oder Funktionen von Weblogs sind konstitutiv für diese Software-Gattung? Taiga Brahm (2007, S. 70) nennt sechs Merkmale:

- „regelmässige Aktualisierung,
- prägnante Postings,

- Verlinkung mit anderen Informationsquellen,
- einfache Handhabung (beispielsweise keine Installation von Programmen notwendig),
- unmittelbare Veröffentlichung im Internet,
- Kontrolle durch den einzelnen Blogger“.

Allerdings treffen einige Merkmale nicht nur auf das Weblog zu und andere sind qualitative Kriterien, die man nicht für eine Definition in Anspruch nehmen kann: Eine „regelmässige Aktualisierung“ findet in vielen Weblogs nicht statt, „prägnante Postings“ sind wünschbar, aber dieses Kriterium erfüllen längst nicht alle. Die „Verlinkung mit anderen Informationsquellen“ gibt es auch in anderen Internet-Umgebungen, die „unmittelbare Veröffentlichung im Internet“ ist ebenfalls nicht allein auf Weblogs beschränkt und daher nicht konstitutiv.

Was zeichnet dann ein Weblog im Unterschied zu anderen Software-Systemen im Internet aus? Ein besonderer Wert der Weblogs, wenn man sie mit persönlichen Websites vergleicht, besteht, wenn man die Rede von der partizipativen Web 2.0-Kultur ernst nimmt, in der Chance, dass ein Weblog-Beitrag einen Disput oder einen Diskurs anstößt, Kommentare provoziert und Rückmeldung hervorlockt. Ein Weblog besitzt dafür einige Funktionen wie Blogrolls, RSS Feeds, Trackbacks oder Tweetbacks, die dem automatisierten Austausch von Mitteilungen dienen. Vor allem aber gestatten Weblogs dem Leser, Beiträge zu kommentieren. Das meiner Ansicht nach wichtigste Unterscheidungsmerkmal für das Weblog ist deshalb die Kommentarfunktion, deren Bedeutung Susanne Krauss (2008) hervorhebt:

„Die Kommentarfunktion ist Kernbestandteil fast jeden Blogs [...] Das Ausbleiben von Kommentaren wird vice versa zur Bedrohung für ein Blog-Netzwerk. Es kann auf kleinen, privaten Seiten dazu führen, dass Leser und Autor des Blogs den Eindruck gewinnen, die Einträge würden generell nicht gelesen [...]. Beim Autor kann dies zu einer subjektiv erlebten sozialen Deprivation führen, was wohl in vielen Fällen der Auslöser dafür sein dürfte, dass das Bloggen nach einiger Zeit wieder eingestellt wird.“ (S. 330-331)

Für den Blogger selbst ist zunächst das Veröffentlichende interessant, dann die Rezeption neuer Informationen, wie man den Motiven sowohl der Autoren als auch der Leser entnehmen kann (s. Schmidt, Frees und Fisch 2009), all dies führt aber nicht über die Funktionen einer Website hinaus. Der eigentliche Mehrwert der Weblog-Technologie, gemessen am Ideal von Web 2.0, besteht weniger im Beitrag des Weblog-Autors, offenbar auch nicht in der „Geschwätzigkeit“, wie dieser Trend zur Mitteilbarkeit am Beispiel von Twitter von Kerstin Bund (2009) beschimpft wurde, sondern im Rückkanal, in den „Leserzuschriften“ oder „Leserbriefen“, wie man in Analogie zur Zeitungskultur sagen könnte. Das Ensemble an Feedback-Technologie im Weblog ermöglicht eine Kommentarkultur. Meine Frage in diesem Beitrag ist: Gibt es eine Kommentarkultur in den Weblogs? Und wie sieht sie aus? Gibt es Indizien dafür, dass der Rückkanal tatsächlich zu einer partizipativen Kommentarkultur führt?

Forschungsdefizite

Die meisten Studien zu Weblogs verfolgen einen globalen und statistischen Ansatz über ganze Blogosphären, inhaltlich-qualitative Studien hingegen, die sich auf kleinere Netzwerkbereiche

fokussieren müssten, liegen nur wenige vor (Krauss 2008, S. 335). Die überwiegende Zahl der Blogs ist Themen gewidmet, wie sie in der Studie von Schmidt, Frees und Fisch (2009) berichtet werden. Die große Masse der Weblogs wird von privaten Blogs gestellt. Prominent vertreten ist der zweite Markt des Journalismus, die offiziellen Blogs der Zeitungen und Zeitschriften und die privaten Blogs der Journalisten. Gar nicht prominent sind Weblogs mit wissenschaftliche Themen, bildungspolitischen, hochschulpolitischen, schulpädagogischen oder hochschuldidaktischen Themen. Während die journalistischen und politischen Blogs wenigstens einen Platz in den unteren Rängen gefunden zu haben scheinen, sind Blogs mit Bildungsthemen nicht in den Ranglisten enthalten. Das Wissenschafts-Café von Marc Scheloske (<http://www.wissenschafts-cafe.net/>) führt diese als eigene Rangliste. Die meisten Weblogs haben ein völlig anderes Themeninteresse als einen auf Wissenschaft, Lehren und Lernen gerichteten Diskurs (s. die Themenliste bei Schmidt, Frees und Fisch 2009). Da ich jedoch gerade an der Frage interessiert bin, ob durch die Kommentarkultur der Diskurs in der Wissenschaft gefördert werden kann, habe ich Weblogs im Bildungsbereich als Stichprobe gewählt (zum Vergleich Corporate Blogs).

Perschke und Lübcke (2005) meinen, „dass die soziologisch-kommunikationstheoretisch fundierte Beschreibung und Analyse bloggestützter Kommunikationsprozesse nach wie vor noch weitestgehend aussteht.“ (S. 2) In der Tat sind die meisten Studien, die in der kurzen Zeitspanne seit Erfindung des Weblog entstanden sind, der Technik und den Themen der Weblogs gewidmet, nicht aber der Kommunikations- und Kommentarkultur. Dieser Beitrag soll die Kommentarkultur im Web 2.0 beleuchten. Ich werde einige Stichproben aus thematisch homogenen Bereichen nehmen und versuchen, etwas empirische Transparenz in die Kommunikation der Weblogs zu bringen, um besser erörtern zu können,

- wie die Frequenz der Aktualisierung aussieht
- wie lang die Beiträge der Blogautoren sind
- welche Themen sie behandeln
- in welchem Ausmaß man sich gegenseitig kommentiert
- wie hoch die Quote der Kommentare ist
- welche Kommunikationsfunktion die Kommentare annehmen.

Ich versammle im Folgenden drei Beiträge mit dem Ziel einer Analyse der Kommentarkultur:

- (1) Die Zusammenfassung einer Studie von Roland Leikauf zur Kommentarkultur in Geschichtsblogs, die er in einer mündlichen Prüfung in Medienwissenschaft präsentiert hat (Hamburg 2008),
- (2) die Zusammenfassung eines Kapitels einer Magisterarbeit von Mathias Bliemeister mit dem Titel „Weblogs – Gespräche mit Kunden. Chancen und Nutzen von Weblogs im unternehmerischen Kontext“ (Bliemeister 2009), die er nach Beendigung des Prüfungsverfahrens veröffentlicht wird, sowie
- (3) eine Studie von mir zu Weblogs im Bildungsbereich.

2. Die Kommentarkultur in Geschichtsblogs

Eine Studie von Roland Leikauf

Auch in der Geschichtswissenschaft mehren sich die Forderungen nach dem Einsatz neuer Technologien. Gerade Internet-Blogs sind seit der Debatte um moderne Wissensorganisation immer öfter als Methode ins Gespräch gekommen, für sich und andere Informationen zu ordnen und darzustellen. Die partizipative Seite der Blogs wird dabei besonders gelobt: Ganz im Sinne des Web 2.0 Gedankens können Nutzer und Besucher mit ihren Kommentaren den Autor korrigieren, direkt im Anschluss an einen Beitrag diskutieren und so gemeinsam die Inhalte des Blogposts erweitern. Ob dieser Anspruch in der Wirklichkeit wiederzufinden ist, ist die Kernfrage dieses Beitrags.

Zu diesem Zweck wurde aus der Fülle der vorhandenen Blogs eine Auswahl von zwanzig Weblogs getroffen (s. Anhang). Die ausgewählten Blogs sollten sich auf ernsthafte Weise mit Geschichte und/oder Geschichtswissenschaft beschäftigen, mussten jedoch nicht zwingend aus dem professionellen Bereich stammen. Da ein wichtiger Teil der Fragestellung sich mit der Interaktion zwischen Blogger und Kommentatoren beschäftigte, wurden außerdem nur Blogs gewählt, in denen wenige Einzelpersonen die Beiträge verfassen. Konnten die Autoren nicht identifiziert werden, wurde der Blog nicht in Betracht gezogen. In der Praxis waren die Autoren Studenten, Lehrer, Akademiker, Geschichtsdienstleister und interessierte Laien. Ihnen allen ist gemein, dass sie sich zum Ziel gesetzt haben, geschichtliche Inhalte an ein interessiertes Laienpublikum zu vermitteln.

Die Kommentare in den Blogs zu finden erwies sich als keineswegs einfach, und teilweise verfügten auch umfangreiche Blogs über wenige oder gar keine Kommentare. Um den Umfang der Untersuchung überschaubar zu halten, wurden die ersten dreißig auffindbaren Kommentare zur Analyse herangezogen. Nicht ausgewertet wurden reine „Linkkommentare“, also Beiträge, die nur auf andere Blogs verlinken sollten, ohne direkt zum Blogpost Stellung zu beziehen.

Die vorgefundenen Kommentare wurden sechs Kategorien zugeteilt. Auch wenn sie mehr als einen Aspekt besaßen, ließ sich stets eine Haupteigenschaft erkennen. Deshalb wurde jeder Kommentar auch nur einmal in die Statistik aufgenommen.

Reaktive Aussagen	Beziehen sich direkt auf den Inhalt des Blogposts, zu dem sie geschrieben wurden (nehmen Stellung dazu, führen die Argumentation weiter, fragen nach, bitten um Klärung etc.).
Aktive Aussagen	Reagieren auf den Blogpost, geben aber primär eigene Inhalte wieder. Im Gegensatz zu den reaktiven Aussagen entsteht eine eigene, unabhängige Erzählung (behaupten, berichten von eigenen Erfahrungen, teilen Wissen mit oder zitieren anderen Quellen etc.).
Positionierungen	Emotionale oder einschätzende Stellungnahme zu den Inhalten des Blogposts. Der Schreibende setzt sich wertend in Beziehung zu den gemachten Aussagen („ich meine dazu ...“, „... das finde ich ...“ etc.).
Ordnungszugriffe	Steht für das Bezug nehmen auf die relevanten Normen und Regeln des Bloggens: Zurechtweisen bei Übertretungen, mahnendes Einfordern korrekten Verhaltens etc.

Schlussfolgerungsketten	Mit Hilfe vorhandener Informationen (meist Bezug nehmend auf den originalen Blogpost) wird über die angesprochenen Inhalte geschlussfolgert: klassisches Argumentieren, das Abwägen von Für und Wider, das Herausarbeiten bestimmter Tendenzen und mehr fällt unter diesen Punkt.
Sprachgesten	Hierunter fallen Aussagen, die keine offensichtlichen Inhalte jenseits von Kurzbewertungen, persönlichen Grüßen und ähnlichen Grundpartikeln der Online-Kommunikation zeigen. Die Bewertungen grenzen sich von der o.g. Positionierung dadurch ab, dass bei den Sprachgesten nur allgemein auf die Qualität des Blogs oder des Blogposts eingegangen wird („... super Beitrag!“) während bei der Positionierung zum Inhalt Stellung genommen wird.

Tab. 1: Kategorien für die Klassifikation von Kommentaren

Am Ende der Auswertung konnten die in der folgenden Abbildung dargestellten Ergebnisse gewonnen werden. Ein Großteil der vorgefundenen Kommentare fällt in die Kategorie Sprachgesten (46%): Grußformeln, Generika und ähnliche Grundpartikel der Online-Kommunikation. Allgemein fällt auf, dass jene Kategorien die meisten Kommentare enthalten, die sich mit den Befindlichkeiten und Eigenheiten des Kommentators beschäftigen, ohne in größerem Umfang auf den Inhalt des Blogposts einzugehen. Dazu zählen neben den Sprachgesten außerdem die Positionierungen (19%) zum Blogpost, die zwar eine wertende Einschätzung zu diesem darstellen, ansonsten aber nicht weiter auf dessen Inhalt eingehen.

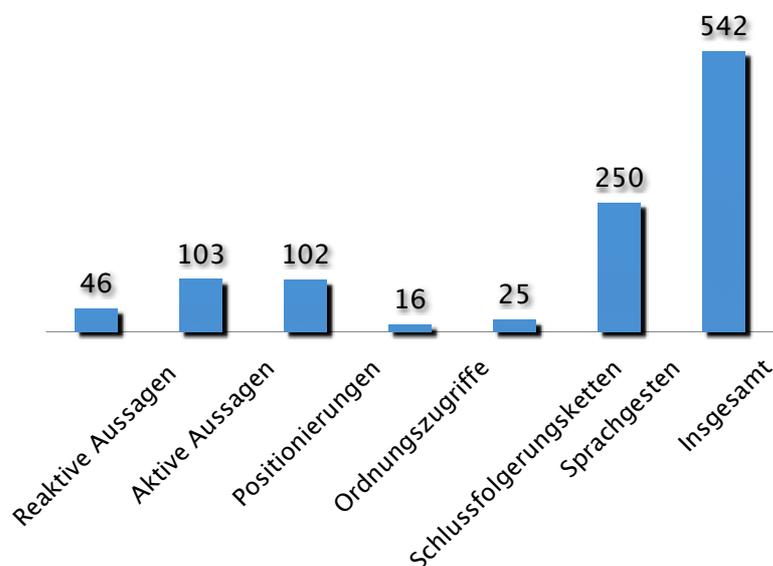


Abb. 1: Klassifikation von Kommentaren in Geschichtsblogs

Selten sind Kommentare, die direkt zu den Inhalten des Blogposts Stellung nehmen (Reaktive Aussagen 8%) oder diese mit eigenen Beiträgen verknüpfen, um dann weiterführende Schlussfolgerungen zu ziehen (Schlussfolgerungsketten 5%). Viel häufiger äußern die Kommentatoren eigene Gedanken, die zwar durch den Blogpost inspiriert wurden, auf diesen jedoch nicht eingehen (Aktive Aussagen 19%). Am seltensten sind schließlich die Ordnungszugriffe: Es scheint, als hätten die Kommunikationsteilnehmer die Regeln und Normen der Internetkommunikation zu großen Teilen verinnerlicht. Dass der Blogautor oder seine Leser regulierend eingreifen müssen, kommt sehr selten vor.

Abschließend kann man zusammenfassen, dass entgegen den erwähnten Hoffnungen die kollaborative Fortführung der Inhalte eines Blogs nicht im Zentrum der Kommentarkultur steht. Viel wichtiger scheint es zu sein, dass die Kommentatoren dem Autor des Blogs und sich gegenseitig ihre Anwesenheit und Grundstimmung kommunizieren können. Für sie ist es wichtig, eigene Ideen und Befindlichkeiten zu äußern, und die Blogposts sind dafür nur der gegebene Anlass. Überraschend war der hohe Grad an Regelkonformität, der auf eine intensive Verinnerlichung von Handlungspraktiken und ihrer Regelinhalte schließen lässt (zur Praxis-theorie s. Reckwitz 2003).

Es ist damit durchaus möglich, die untersuchten Blogs als *Social Software* zu bezeichnen. Die soziale Fühlungnahme scheint für viele Kommentare ein wichtiger Motivationsfaktor zu sein. Die Absicht, zusammen mit den anderen die eigenen Wissensbestände zu erweitern und zu neuen Erkenntnissen zu kommen, steht nicht im Zentrum des Blogging-Alltags. Vielmehr dienen selbst Geschichtsblogs, die sich auf ernsthafte Weise mit historischen Inhalten beschäftigen, vor allem der Kontaktaufnahme. Darüber hinausgehende Effekte und Potentiale von Geschichtsblogs bleiben wünschenswerte Ausnahmefälle.

3. Kommentare in Corporate Blogs

Eine Studie von Mathias Bliemeister

Mathias Bliemeister (2009) hat in seiner Magisterarbeit sechs Corporate Weblogs unter Gesichtspunkten der Unternehmenskommunikation und Aufmerksamkeitsökonomie analysiert. Dieser weite Kontext kann hier nicht wiedergegeben werden. Ich beschränke den Bericht über seine Arbeit auf die Analyse der Kommentarseite. Folgende sechs Corporate Weblogs wurden betrachtet (s.a. Anhang):

Unternehmen	Posts	Kommentare
Daimler AG	73	1180
Frosta AG	64	680
Kelterei Walther GmbH & Co.	56	368
Adam Opel GmbH	53	497
Werner & Mertz GmbH	51	154
Henkel AG & Co. KgaA	44	65
Summe	341	2944

Tab. 2: Corporate Blogs in der Stichprobe von Bliemeister

Bliemeister beschreibt detailliert die Autoren und die Themen pro Weblog. Das kann ich hier leider nicht differenziert ausführen. Die Anzahl der Kommentare ist stark unterschiedlich. Aber immerhin ist es erstaunlich, dass firmeneigene Weblogs eine derart aktive Kommentarszene aufweisen. Im Gegensatz zu den Geschichtsblogs bilden die Kommentare bei den Corporate Blogs das Vielfache der Posts, vom 1,5fachen bis zum 16fachen. Die Themen sind nicht nur auf die Firma und ihre Produkte bezogen:

Kategorie	Anzahl
Hervorhebung Unternehmen/Produkte	97
Aufforderung zur Beteiligung	67
Unternehmensalltag	57
Thema ohne Bezug auf das Unternehmen	54
Umweltschutz/Gesundheit	45
Vorstellung neuer Produktinnovationen	45
Weblogs/Web 2.0	31
PR-Aktionen/Sponsoring	28
Mitarbeiter/Soziales	23
Ausbildung im Unternehmen	22
Summe	469

Tab. 3: Themengruppen der Corporate Blogs

Die Gesamtbetrachtung aller Merkmalsträger zeigt, dass die Kategorie *Hervorhebung Unternehmen/Produkte* mit der Häufigkeit von 97 überwiegt. Die thematische Fokussierung auf konsumrelevante Aspekte der Unternehmen wird demnach angestrebt. Danach folgt die Kategorie *Aufforderung* mit einer Häufigkeit von 67. Im Vordergrund steht somit ebenfalls der Versuch, durch eine gezielte Ansprache Blog-Nutzer zu einer aktiven Teilnahme zu bewegen. Ebenfalls ist ersichtlich, dass die Beiträge Hinweise über den jeweiligen Unternehmensalltag der Firmen enthalten. Bei der Einzelanalyse wird deutlich, dass jeder Firmenblog einen unterschiedlichen Schwerpunkt setzt. Aber dadurch, dass der Punkt *Hervorhebung Unternehmen/Produkte* zumeist an zweiter Stelle rangiert, gelangt er im Gesamtüberblick an die erste Stelle.

Für die nachfolgende Analyse werden die jeweiligen Kommentare der jeweils ersten 20 Beiträge je Weblog ausgewählt, die seit dem 01. April 2008 veröffentlicht wurden. Die Stichprobe zur Analyse der Kommentarfunktion beinhaltet somit eine Gesamtanzahl von 1083 Kommentaren. Die Kriterien, nach denen Bliemeister die Kommentare klassifiziert hat, sind die folgenden: *Feedback, Diskussion, Frage, Unbeantwortete Frage, Anregungen oder Meinungen, Kritik, Spam (Kommentare ausschließlich zu Werbezwecken anderer), Metathema Weblog bzw. Web 2.0, Positivierung (positive Herausstellung des Unternehmens oder der Produkte), Textferne Diskussion (ohne Bezug zum Ausgangstext)*.

Bliemeister stellt als Fazit heraus, dass sich in den Kommentaren durchaus „ein Meinungsaustausch etabliert, der von den Beteiligten intensiv genutzt wird. Der Anteil der Kategorie *Diskussion* beträgt 31,58%. Es zeigt sich demnach, dass Corporate Blogs interpretiert als soziales Netzwerk durchaus Menschen zusammenbringen, die ein gemeinsames Interesse an bestimmten Themen miteinander verbindet.“ Die positive Rückmeldung, von Bliemeister als *Feedback* bezeichnet, nimmt mit 29,64% den zweiten Rang ein, das Gegenteil, *Kritik*, kommt eher selten (4,06%) vor, *Fragen* mit 16,81% und *Anregungen, Meinungen* mit 10,16% sind noch einigermaßen vertreten, alle weiteren Kategorien treten noch seltener auf.

Bliemeister hat abschließend den Versuch unternommen, die Art der Beiträge mit Hilfe der vier Seiten des Nachrichtenquadrates von Schulz von Thun (2008) zu klassifizieren und mit der Häufigkeit der Kommentare zu vergleichen. Die vier Seiten des Nachrichtenquadrats hat Schulz von Thun als Sachinhalt, Selbstoffenbarung, Beziehung und Appell bezeichnet. Bliemeisters Frage war, ob dominante Seiten der Nachricht dazu führen könnten, dass Beiträge eine erhöhte Aufmerksamkeit in Form von Kommentaren erhalten.

Diesen Teil der Analyse hat Bliemeister auf jeweils sechs Beiträge eingegrenzt, die die meisten Kommentare oder die wenigstens Kommentare erhalten hatten. Die Analyse im Einzelnen kann hier nicht repliziert werden. Ich zitiere aus der Zusammenfassung. Der Appellaspekt einer Nachricht scheint eine große Rolle zu spielen. Bliemeister meint, dass

„die implizite Aufforderung die Nutzer zur Partizipation animiert. Versteckte Botschaften, die Vorteile der Unternehmen implizierten, oder indirekte Aufforderungen konnten partizipative Handlungen hervorrufen. Allerdings steht und fällt der Grad zum ‚Mitmachen‘ nicht ausschließlich mit der Appellseite. Es zeigte sich, dass insbesondere Beiträge, die gleichberechtigt die vier Seiten des Nachrichtenquadrates vereinen, hohe Grade an Partizipation ermöglichen. Dagegen verursachten Beiträge, die hochgradig dominante Nachrichtenseiten besitzen, Eigenschaften, die bei den Rezipienten Passivität erzeugten.“

4. Weblogs zur Bildungspolitik und eLearning

Als dritten Bereich hatte ich mir selbst nahe liegender Weise Weblogs deutscher EduBlogger vorgenommen, wobei ich mich auf Blogger beschränke, die vorwiegend im Hochschulsektor und Weiterbildungssektor bloggen. Die Weblogs, die ich in die Stichprobe aufgenommen habe, habe ich über die Blogrolls vorgenommen, ausgehend von Gabi Reinmanns E-Denkarium, denn

„Es ist die Kommunikation, die über Prominenz und Relevanz einer Autorin/eines Autors disponieren hilft. In der Blogosphere ist entscheidend: Welcher Blog verlinkt auf welche anderen Blogs in seinen Blogrolls? Welche Postings stehen miteinander in Verbindung? Wo tauchen Trackbacks auf, die Kommunikationszusammenhänge kenntlich machen und Beziehungen zwischen Blogs mit herstellen bzw. verstärken helfen? Welche Blog-Suchmaschinen listen wie welche Blogs? Wer verfügt über Autorität?“ (Perschke und Lübcke 2005, S. 5)

4.1 Die Stichprobe

Betrachtet man die Blogrolls der deutschen EduBlogger, ausgehend von denen, die sich am meisten wechselseitig verlinken (beidseitige Pfeile) wie Gabi Reinmann, Mandy Schiefner, Joachim Wedekind u.a., so stellt sich ein ganz kleines Netz von 11 Bloggern heraus. Nimmt man solche Blogs hinzu, die mindestens zweimal referenziert werden, erhalten wir ein nicht viel größeres Netzwerk von 15 Autoren. Drei Autoren, Beat Döbeli Honegger, Peter Baum-

gartner und Sandra Schaffert, haben keine Blogroll, sind aber in den anderen Blogrolls mehrfach genannt (s. die Ziffern unter den Namen).

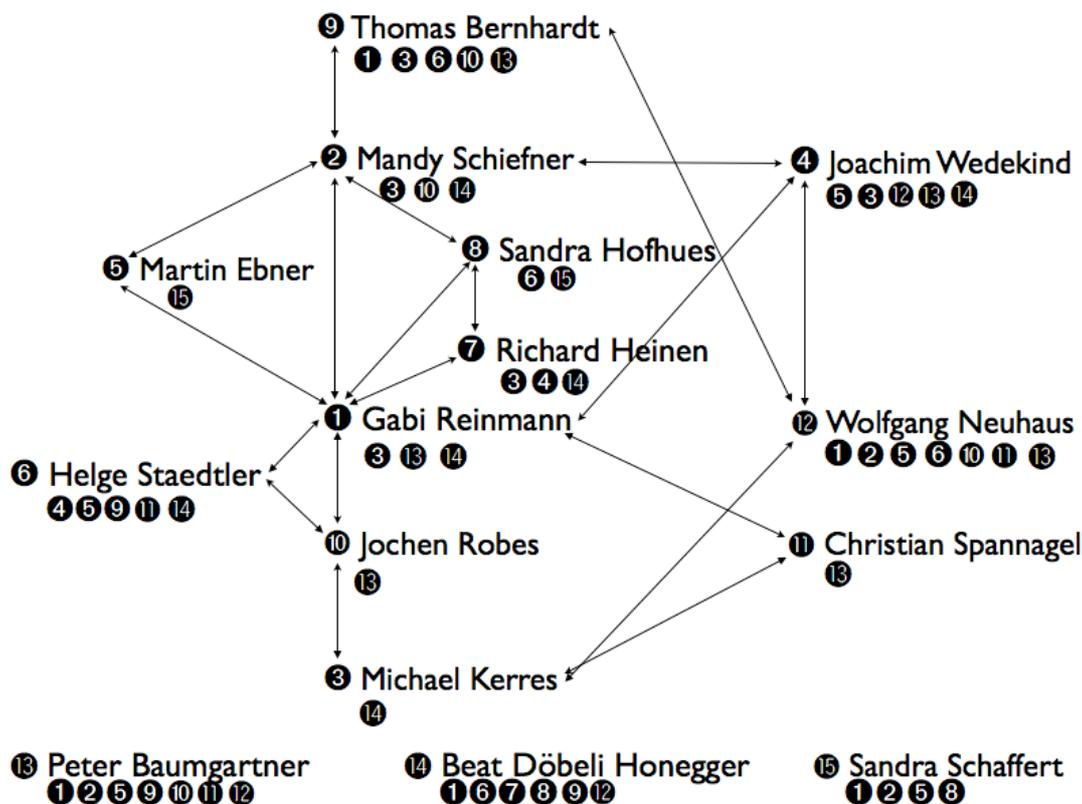


Abb. 2: Das Netzwerk der deutschen EduBlogger

Jochen Robes verzeichnet in seiner Blogroll mehrere amerikanische und englische Blogger wie die allseits bekannten David Weinberger, George Siemens, Graham Attwell, Jay Cross, Stephen Downes, Will Richardson u.a. Seine Links dürften wenig auf Gegenliebe stoßen, denn außer dem Kanadier Norm Friesen, dessen Blog nur bei Helge Städtler erscheint, scheint keiner der Amerikaner oder Engländer, die als Weblog-Autoren eine gewisse Prominenz erreicht haben, deutschsprachige Weblogs lesen zu können. Die von Robes genannten Blogger haben gar keine Blogroll installiert. Blogrolls scheinen, zumindest im Education-Sektor, eine vornehmlich europäische Angelegenheit zu sein. Helge Städtler verfügt über die umfangreichste Blogroll mit 85 Einträgen, in der sich viele deutschsprachige Blogs, aber auch mehrere ausländische Blogs befinden, und zwar gerade nicht diejenigen, die bei Robes vorkommen, und erfreulicherweise auch eine Reihe von Namen, die schon fast historisch zu nennen sind.

Bei allen 15 ausgewählten Weblogs erscheinen in der Blogroll auch andere Weblogs, die bei den anderen Netzakteuren nicht genannt werden. Gemeinsam ist ihnen jedoch, dass sie alle einen oder mehrere Blogautoren aus diesem Netz in ihrer Blogroll verzeichnen. Es ist demnach ein kleiner Kreis an gleich gesinnten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die sich gut kennen, teilweise befreundet sind, bei jemandem aus diesem Netz promovieren, die sich häufig auf Tagungen begegnen und sich nun noch die Ehre der wechselseitigen Visite geben. Es handelt sich bei diesem Netzwerk nach Granovetter also um so genannte „strong ties“! (Perschke und Lübcke 2005, S. 21)

Ausgewertet wurden die Weblogs in der Zeit vom 1. April bis 31. Juli 2009. Ich habe in der folgenden Grafik aufgezeichnet, wer bei wem im Untersuchungszeitraum kommentiert hat:

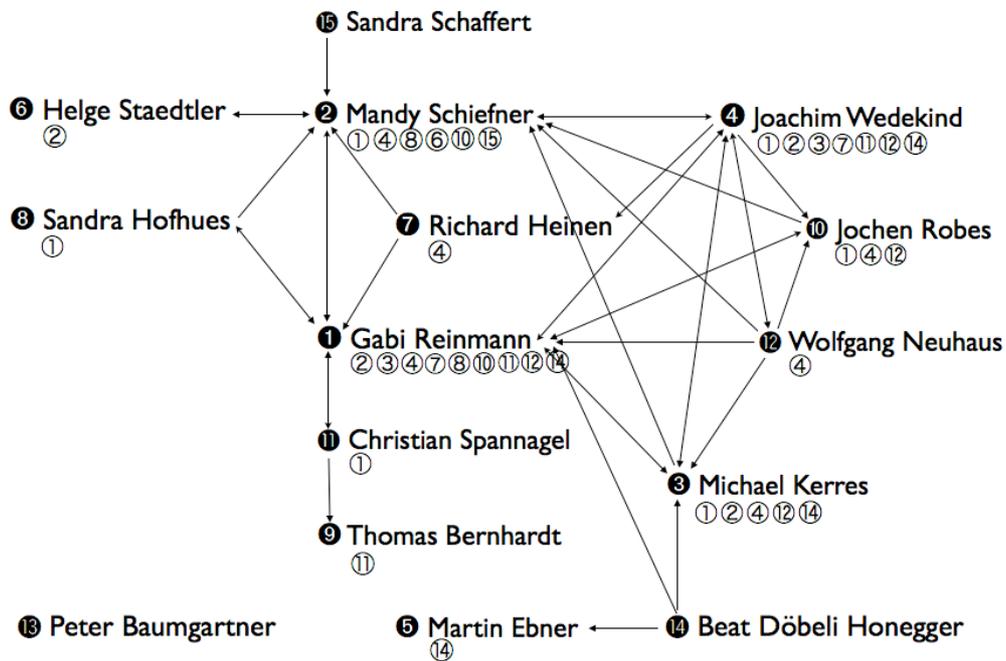


Abb. 3: Gegenseitige Kommentare im Netzwerk der EduBlogger

Die Abbildung illustriert, welche Blogautoren bei welchen Blogs einen Kommentar hinterlassen haben. Lediglich Reinmann, Schiefner und Wedekind erhalten in nennenswertem Maße Kommentare von den anderen im Netzwerk. Während die Nennungen in der Regel nur einen Kommentar repräsentieren, erscheinen bei Gabi Reinmann mehrfache Kommentare: Döbeli 2x, Hofhues 2x, Kerres 4x, Neuhaus 2x, Robes 1x, Schiefner 3x, Spannagel 10x, Wedekind 5x. Gabi Reinmann ist zugleich diejenige Person dieses Netzwerks, die bei den anderen am meisten kommentiert: z.B. bei Hofhues 4x, bei Kerres 4x, bei Spannagel 5x, bei Robes, Schiefner und Wedekind. Erkennbar wird eine Art „Meinungsführerschaft“ von Gabi Reinmann bereits an dieser Stelle der Analyse.

4.2 Quantitative Analyse der Weblogs

Eine exakte Analyse der Weblogs schien mir wichtig zu sein. Eine Begutachtung durch oberflächliche Betrachtung reicht nicht aus, denn

„Der Verweis auf ‚die Netzkultur‘ führt leicht zu einer Vernachlässigung der kulturellen Binnendifferenzierungen unterschiedlicher Netzforen mit ihren je eigenen Nutzerpopulationen und institutionellen Einbindungen außerhalb des Netzes. Zudem besteht die Gefahr, dass man sich auf außergewöhnliche Merkmale der Netzkommunikation konzentriert und diese zum Anlass nimmt, normativ eine vermeintlich homogene und vom sonstigen Alltag abgelöste Netzkultur bzw. Netzkultur zu postulieren.“ (Döring 2003, S. 181)

Aus diesem Grunde habe ich die Texte, die Posts und die Kommentare, aus den 15 Weblogs extrahiert, teilweise um nicht zum Inhalt oder Kommentar zählende Informationen gestrippt und ausgezählt. Wenngleich aufgrund des unterschiedlichen Aufbaus der Einträge in den einzelnen Blogs die extrahierten Texte nicht völlig vergleichbar sind, ermöglichen uns die Textstatistiken doch wenigstens einen empirischen Anschein für komparative Aussagen, denn die Unterschiede dürften sich hinter dem Komma auswirken.

Autoren	Posts	Frequenz	Kommentare	Posts mit Kommentar	Posts mit Kommentar %	Kommentare/ alle Posts	Kommentare / Posts mit Kommentar
Baumgartner	10	8%	48	7	70%	4,8	6,86
Bernhardt	18	15%	9	7	39%	0,5	1,3
Döbeli Honegger	53	43%	29	14	26%	0,55	2,0
Ebner	110	90%	25	16	15%	0,23	1,56
Heinen	10	8%	8	5	50%	0,8	1,6
Hofhues	25	20%	19	12	48%	0,76	1,6
Kerres	30	25%	32	14	47%	1,07	2,29
Neuhaus	15	12%	16	7	47%	1,07	2,29
Reinmann	55	45%	88	31	56%	1,6	2,75
Robes	115	94%	41	23	36%	0,36	1,8
Schaffert	25	20%	0	0	0%	0	0
Schiefner	19	16%	13	6	32%	0,68	2,2
Spannagel	41	34%	220	30	73%	5,4	7,3
Städtler	6	5%	7	3	50%	1,2	2,3
Wedekind	22	18%	14	10	45%	0,64	1,4

Tab. 4: Beiträge und Kommentare der 15 analysierten Weblogs

Spitzenreiter im **Posten** sind Jochen Robes und Martin Ebner. Sie haben in den 122 Tagen des Untersuchungszeitraums fast gleich viele Beiträge verfasst. Die inhaltliche Analyse wird herausfinden müssen, wie sie das bewerkstelligen konnten. Mit einigem Abstand folgen Gabi Reinmann, Beat Döbeli Honegger und Christian Spannagel. Alle anderen Blogger posten seltener, 30 Beiträge und weniger.

Die meisten **Kommentare** hat Christian Spannagel, die zweitmeisten Gabi Reinmann und die drittmeisten Peter Baumgartner erhalten. Alle anderen haben weniger als die Hälfte der Kommentare von Gabi Reinmann bekommen. Wer viel postet, kann auch viel Kommentare erhalten. Daher habe ich zusätzlich ausgewiesen, wie viele Beiträge überhaupt kommentiert wurden und welchen prozentualen Anteil die kommentierten Beiträge an der Gesamtzahl der Beiträge ausmachen. Relativiert an der Zahl der Beiträge wird klar, dass die Anzahl der Beiträge, die einen Kommentar erhielten, bei Baumgartner, Kerres, Reinmann und Spannagel relativ höher ist.¹

¹ In den Wissenschaftsblog-Charts 05/2009 (Wissenschafts-Café) stehen Reinmann und Ebner an Rang 10, Spannagel an Rang 16 und Schiefner an Rang 21. In den Charts 01/2009 war Kerres noch auf Platz 20 vertreten.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Anzahl der Kommentare, die Anzahl der Rückmeldungen des Bloggers und die Anzahl der Trackbacks und Tweets. Was habe ich als Kommentare gewertet? Die Bezeichnung ist uneinheitlich, manche Blogs weisen Kommentare, Rückmeldungen und Trackbacks sowie Tweets gleichermaßen als „Kommentar“ aus, andere unterscheiden Kommentare und Tweets, andere differenzieren Kommentare, Trackbacks und Tweets. Eigene Rückmeldungen werden meist als Kommentare gezählt. Ich habe versucht, so gut es ging, diese Arten von Aussagen und Links zu unterscheiden:

	Kommentare	Entgegnungen Ergänzungen Rückmeldungen	Trackbacks Pingbacks Tweetbacks	Σ
Baumgartner	48	9	0	57
Bernhardt	9	1	62	72
Döbeli Honegger	29	15	0	44
Ebner	25	7	285	317
Heinen	8	4	0	12
Hofhues	19	16	2	37
Kerres	32	3	5	40
Neuhaus	16	10	6	32
Reinmann	88	37	40	165
Robes	41	15	29	85
Schaffert	0	0	5	5
Schiefner	13	6	13	32
Spannagel	220	100	38	358
Städtler	7	4	4	15
Wedekind	14	3	0	17

Tab. 5: Kommentare, Rückmeldungen, Trackbacks, Tweets in der Stichprobe

Reinmann (43%) und Spannagel (46%) geben häufig Rückmeldungen zu Kommentaren. Bei Ebner (259 Tweets) und Bernhardt (38 Tweets) werden die Posts durch eine hohe Anzahl von Tweets weiter verbreitet, während bei den anderen Bloggern die Tweets eine geringere Rolle spielen. Die nächste Tabelle berechnet die Anzahl der Wörter in Posts und Kommentaren sowie die Länge der Posts und die Länge der Kommentare:

	Posts	Wörter in Posts	Mittlere Wortzahl in Posts	Wörter in Kommentaren	Mittlere Wortzahl in Kommentaren
Baumgartner	10	7.494	750	25.774	537
Bernhardt	18	5.511	306	196	22
Döbeli Honegger	53	8.867	167	1.042	36

Ebner	110	11.020	100	770	31
Heinen	10	3.592	359	1.035	129
Hofhues	25	6.353	254	1.477	78
Kerres	30	8.619	287	2.755	86
Neuhaus	15	3.014	201	3.073	146
Reinmann	55	18.489	336	9.527	108
Robes	115	19.463	169	4.056	35
Schaffert	25	5.951	238	entfällt	entfällt
Schiefner	19	6.242	328	1.521	109
Spannagel	41	15.256	372	18.458	84
Städtler	6	2.495	416	704	117
Wedekind	22	5.192	236	824	59

Tab. 6: Länge der Posts und Kommentare in der Stichprobe

Ebner und Robes haben mit Abstand zwar die meisten Posts verfasst, ihre Beiträge weisen allerdings auch die niedrigste durchschnittliche Anzahl von Wörtern pro Beitrag auf, und sie haben die Kommentare mit der niedrigsten durchschnittlichen Wortanzahl erhalten. Baumgartners Posts sind am längsten, zugleich sind die Kommentare, die er erhalten hat, am längsten. Zwischen diesen beiden Extremen gibt es in der Stichprobe eine mittlere Gruppe von Weblogs mit einer durchschnittlichen Wortanzahl zwischen 300 und 416, zu der aber auch die Weblogs gehören, welche die geringsten Posts aufweisen (Städtler, Heinen, Neuhaus, Bernhardt, Schiefner). Man sollte zudem bedenken, dass einige Blogs mit sehr wenigen, aber langen Posts einen hohen Wortdurchschnitt aufweisen (z.B. Baumgartner, Heinen, Städtler).

4.3 Die Art der Kommentare

Ich beabsichtige vor Beginn dieser Analyse, die Kommentare mit Hilfe der Sprechakttheorie von Jürgen Habermas auf Diskurse hin zu analysieren, so wie ich es mit den Chats und Foren meiner virtuellen Seminare bereits einmal gemacht hatte (Schulmeister 2006, S. 135-190). Ich habe mich jedoch, nachdem ich alle Kommentare zur Kenntnis genommen hatte, dagegen entschieden, da kaum verschiedene Sprechakte vorkommen. Kommunikativa, Konstativa oder Operativa sind rar, d.h. es wird nicht über den pragmatischen Sinn der Rede selbst geredet, Exkurse zur Logik der Rede oder zur sprachlichen Verfasstheit der Aussagen bleiben aus und damit die theoretischen, praktischen, explikativen und linguistischen Diskurse. Die wenigen expliziten Erklärungen oder Behauptungen, Annahmen und Hypothesen, sind meistens vermischt mit emotionalen Einstellungen, eigenem Erleben und sehr subjektiven Aussagen. Zu viele Kommentare entsprechen institutionellen Sprechakten, den verbalen Ritualen des Beglückwünschens, Gratulierens, Lobspendens, Danksagens etc. Lediglich in den Weblogs von Baumgartner, Kerres, Neuhaus, Reinmann und Spannagel kommen auch andere Sprechakte vor und damit einige wenige explikative und theoretische Diskurse.

Auch die von Roland Leikauf für die Geschichtsblogs gewählten Kategorien (reaktive, aktive Aussagen, Positionierungen, Ordnungszugriffe, Schlussfolgerungsketten, Sprachgesten)

schienen mir für diese Stichprobe weniger passend zu sein, da ich die rationalen Argumente nicht von den emotionalen Meinungen trennen wollte und die Schlussfolgerungsketten zu den Aussagen zähle, ob rational oder emotional. Das von Mathias Bliemester herangezogene Modell von Schulz von Thun (Sachinhalt, Selbstoffenbarung, Beziehung, Appell) für die Posts in Corporate Blogs, das seine Angemessenheit für die Werbung beweist, schien mir für Kommentare weniger geeignet zu sein. Aus diesem Grunde bin ich am Ende, nach erster Durchsicht aller Kommentare, bei einem weiteren Kategoriensatz angelangt (man wird unschwer eine Anlehnung an populäre Kompetenzmodelle darin erkennen können):

Sachbezug	Inhaltsbezug, Argument, Meinung, Diskussion, Kritik, Einwand, Widerspruch, Anmerkung, Deutung, Klärung, Erklärung, Erläuterung, Frage, Nachfrage
Sozialbezug	Danksagen, Loben, Glück wünschen, Bestärken, Bestätigen, Zustimmung ausdrücken, Sympathie bekunden, Bewunderung ausdrücken
Selbstbezug	„Ich auch“, Selbstthematization, eigene Erfahrungen mitteilen, Eigenwerbung, Beobachtung teilen, Interesse bekunden, Bitte vorbringen, Hilfe anbieten
Hinweise	Verweise oder Referenzen auf Nachrichten, Meldungen, Artikel, Bücher oder andere Quellen, Korrekturhinweise, Heuristik, Methoden
Restkategorie	Ironie, Schmunzeln, Spaß, Ulk, Witz, Nonsense, „Nur so“ und Unverständliches, Schlauberger und Besserwisser (und alles was ich nicht verstehe)

Tab. 7: Kategorien zur Klassifizierung der Kommentare

Die Kategorien sind nicht trennscharf, die Begriffe sind nicht ganz wörtlich zu nehmen: Argumentationen enthalten oft sowohl einen sachlich-inhaltlichen Aspekt, gelegentlich auch eine stark persönlich gefärbte Meinung, dennoch wurden sie unter Sachbezug kodiert, es sei denn sie enthielten eine sehr subjektiv gefärbte Selbsterfahrung oder ein anekdotisches Erlebnis. Lange Beiträge enthalten manchmal sehr viele verschiedene Aspekte: Dank und Lob, aber auch Reaktion und Meinung sowie Hinweise auf Quellen oder Informationen. Bei den längeren Kommentaren hätte ich manches Mal gern mehrfache Kategorisierungen vorgenommen, habe mich dann aber dagegen entschieden, um die Gesamtzahl der Kommentare gleich zu halten. Trotz der Schwierigkeiten konnte ich die meisten Kommentare gemäß ihrem dominanten Anteil deutlich jeweils einer Kategorie zuteilen, obwohl die Äußerungen aufgrund der Überschneidungen, z.B. zwischen Sachbezug und Hinweis oder Sozialbezug und Selbstbezug, häufig kaum zu unterscheiden sind.

	Sachbezug	Sozialbezug	Selbstbezug	Hinweise	Reste	N
Baumgartner	36	6	3	3	0	48
Bernhardt	2	4	2	0	1	9
Döbeli Honegger	1	4	3	20	2	29
Ebner	7	7	7	3	1	25
Heinen	4	1	1	1	1	8
Hofhues	6	9	2	1	1	19
Kerres	8	7	11	5	1	32
Neuhaus	9	3	0	4	1	17

Reinmann	20	32	25	6	6	89
Robes	15	11	2	8	5	41
Schaffert	0	0	0	0	0	0
Schiefner	7	5	2	0	0	14
Spannagel	64	89	28	20	19	220
Städtler	3	2	1	0	1	7
Wedekind	3	1	5	4	1	14
SUMME	185	181	92	35	40	533
ANTEIL	34,71%	33,96%	17,26%	6,57%	7,5%	100%

Tab. 8: Kategorisierung der Kommentare in EduBlogs

Es ist immer ein Problem, wenn man trotz sichtlicher Unterschiedlichkeit der Weblogs, empirisch und inhaltlich, und der Kommentatoren Häufigkeiten und prozentuale Verteilungen berechnet. Das Argument trifft in diesem Fall in besonderem Maße zu, denn einige der Weblogs in dieser Stichprobe fallen deutlich aus dem Durchschnittsspektrum heraus und schränken die Geltung der Daten ein. Ich möchte auf diese Besonderheiten ausdrücklich hinweisen:

- Bei Peter Baumgartner liegt aufgrund der fast vollständigen Fokussierung seines Weblogs auf einen Workshop der Anteil der rationalen Sachaussagen bei 75%. Würde man diese Daten ausschließen, lägen Sozialbezug und Selbstbezug in der restlichen Stichprobe schon bei über 64%.
- Bei Beat Döbeli Honegger spielen aufgrund seiner häufig von Technik und Software handelnden Blogbeiträge solche Kommentare die Hauptrolle, die technische Tipps geben und Erklärungen anbieten. Hier stand ich vor der Frage, ob ich diese technischen Erklärungen als Sachaussagen oder als Hinweise (technische Tipps) deute. Ich habe mich für Letzteres entschieden.
- Christian Spannagels Weblog ist nicht nur wegen der hohen Zahl von Kommentaren außergewöhnlich, sondern vor allem wegen der Art der Kommentare. Bei keinem der anderen Weblogs ist es mir so schwer gefallen, die Kommentare einer der fünf Kategorien zuzuordnen, da sehr viele Kommentare eine Mischung von Lob, Bewunderung, Selbsterfahrung und Hinweisen auf Informationsquellen darstellen und inhaltliche Aussagen, Meinungen kaum von den anderen Sprechfunktionen zu separieren waren.

Während in den Geschichtsblogs die Sprachgesten etwa 50% aller Kommentare betragen, ist der Anteil der Äußerungen mit Sozialbezug in diesem Netzwerk etwas niedriger, zusammen mit Aussagen, die den Blogeintrag zum Anlass nehmen, eigene Informationen zu bringen oder eigene Leistungen herauszustellen (Selbstbezug), jedoch in etwa gleich hoch. In ähnlicher Weise, wie es Roland Leikauf für die von ihm analysierten Geschichtsblogs gefolgert hat, kann man in diesem kleinen Netzwerk davon sprechen, dass trotz sachbezogener und inhaltlicher Kommentare, die teilweise ein hohes Niveau haben, die Kommentare mehrheitlich eine soziale Funktion ausüben und/oder einen Selbstbezug aufweisen. Sowohl bei Gabi Reinmann als auch bei Christian Spannagel, die allein über die Hälfte der Kommentare erhalten haben, überwiegt der Sozialbezug der Äußerungen den Sachbezug.

4.4 Qualitative Analyse der Weblogs

Auf drei Weblogs, deren Frequenz sehr gering ist oder die zu wenige Kommentare erhalten haben, gehe ich an dieser Stelle nicht weiter ein: Helge Städtler hat zu wenige Posts (nur 6, Frequenz 5%; zwei Monate sind ausgefallen) und nur 7 Kommentare, Richard Heinen ebenfalls (10, Frequenz 8%) und nur 8 Kommentare. Sandra Schaffert hat zwar 25 Beiträge verfasst (Frequenz 20%), aber überhaupt keine Kommentare erhalten.

Jochen Robes verzeichnet mit 115 Beiträgen die meisten Posts. Dies bedeutet jedoch nicht, dass er täglich schreibt, sondern er schreibt häufig zwei oder drei Beiträge an einem Tag, an 75 von den 122 Tagen des Untersuchungszeitraums (Frequenz 94%). Die Art seiner Posts besteht im Wesentlichen aus den Früchten der täglichen Lektüre im Internet, gespeist aus seiner international orientierten Blogroll. Ein typischer Eintrag sieht wie folgt aus: Eine kurze Einleitung mit werbenden Attributen („einer der renommiertesten Community-Forscher“, „einer der renommiertesten Berater in Learning & Development“) wird gefolgt von einem Zitat aus einer Studie oder einem Bericht. Zu einem ganz hohen Prozentsatz (fast 70%) sind seine Beiträge (mittlere Länge 169 Wörter) Abstracts von und Verweise auf Studien, Artikel oder Blogbeiträge anderer mit Zitaten, wobei die Zitate etwa 30% der Texte ausmachen, weitere 30% die Abstracts. Die Themen sind dadurch recht vielfältig. Die einleitenden Bemerkungen zu den kurzen Zitaten aus fremden Quellen geben sich neutral und enthalten recht wenig kritische Einschätzungen. Dies mag erklären, warum Robes relativ wenig (41 Kommentare auf 36% der Posts) und überwiegend kurze Kommentare erhält (mittlere Länge 35 Wörter). Ich habe mich gefragt, ob Robes' Leser sich die Mühe machen, das von ihm komprimierte Original zu lesen, oder ob sie sich ihre Meinung nur aufgrund des Zitats und der Robes'schen Wertung bilden? Bei manchen Kommentaren erhält man den Eindruck, dass wohl die letztere Annahme zutreffen könnte.

Martin Ebner schreibt die zweitmeisten Posts (110), er verfasst fast jeden Tag einen Beitrag (Frequenz 90%), wobei er zumeist einen Film aus YouTube oder anderen Quellen empfiehlt. Von den 110 Posts präsentieren allein 46 einen Film (42%), 20 berichten über eigene Vorträge (18%), veröffentlichen die Folien oder die Texte, 11 Beiträge (10%) befassen sich mit technologischen oder softwaretechnischen Novitäten, die restlichen 30% Beiträge kündigen Tagungen an, geben Material für Lehrveranstaltungen frei oder thematisieren, allerdings sehr selten allgemeine hochschulpolitische oder auf Bildung bezogene Beiträge. Der Textanteil in den Posts ist der geringste in allen 15 Weblogs (mittlere Länge 100 Wörter), was erklären mag, dass er kaum Kommentare erhält (er ist Spitzenreiter mit 85% der Posts ohne Kommentar). Die wenigen Kommentare (25; mittlere Wortzahl 31) sind gleichverteilt über die ersten drei Kategorien. Statt durch Kommentare zeichnet sich Ebners Weblog durch den immensen Anteil an Tweets aus (285 Tweetbacks inkl. Einiger Trackbacks), die seine Film-„Entdeckungen“ und seine Vortragsfolien weiterempfehlen. Ebner selbst kommentiert wenig, was wiederum zur niedrigen Kommentarquote beitragen mag.

Die hohe Frequenz der Posts in diesen beiden Weblogs garantiert anscheinend keine hohe Anzahl an Kommentaren und vor allem keine inhaltlichen Kommentare. Das mag an der Art der Beiträge liegen, denn beide Autoren bevorzugen jeweils ein bestimmtes formales Schema für ihre Posts. Jeder scheint eine „Standardmethode“ für die Erstellung von Beiträgen gefunden zu haben und diese regelhaft auszuführen. Die eigene Leistung steht bei Robes hinter dem Abstract oder dem Zitat und bei Ebner hinter dem Film zurück. In der Regel wird die präsentierte Information positiv beworben, eine kritische Einschätzung unterbleibt meistens. Diese Art der Blogbeiträge scheint zu einem unterdurchschnittlichen Kommentarverhalten zu führen (Ebner: 0,23 Kommentare im Mittel; Robes: 0,36; dies sind die beiden niedrigsten Quoten der Stichprobe): Offenbar reizt das fremde Zitat nicht zum Kommentar, solange der Originalbeitrag nicht gelesen wurde, und der Film reizt höchstens zum Lob oder zum Dankeschön. Der Grund für die geringe Kommentarquote mag aber auch an der Enthaltung liegen, die beide bei Rückmeldungen üben.

Gabi Reinmanns Weblog zeichnet sich auch durch häufige Aktualisierung aus (dritthöchste Frequenz 45%). Sie schreibt die drittmeisten Beiträge (55), sie erhält die zweitmeisten Kommentare (89). Ihre Beiträge (mittlere Länge 336 Wörter) zeichnen sich durch einen ausgesprochen diskursiven Charakter aus, sie greift wichtige Themen der Bildung in deliberativer Weise auf, sie formuliert Sachverhalte sorgfältig mit Wenn und Aber, und sie antwortet häufig auf Kommentare (37x) und hält so das Gespräch in Gang. Ihre Themen sind vielfältig: Schule, Bildungspolitik, Forschung, eigene Projekte, Tagungen, Besprechungen etc. Aber selbst hier entstehen nur zwei

inhaltliche Threads, die dritte Häufung von Äußerungen geschieht aus Anlass des online gestellten Textes zum Wissensmanagement. Es fällt auf, dass über die Hälfte der Kommentare von Personen stammt, die dreimal oder öfter kommentieren (mittlere Länge 108 Wörter). Die Kategorien Sozialbezug und Selbstbezug nehmen zusammen 64% der Kommentare auf.

Der Blogger mit den viertmeisten Posts (53; Frequenz 43%) ist **Beat Döbeli Honegger**. Seine Themen sind durch seine Herkunft aus der Informatik geprägt, 27 Beiträge befassen sich mit Technik, 3 mit Software, 3 mit einem neuen Projekt, 5 sind privater Natur, aber immerhin 9 thematisieren bildungs- und schulpolitische Fragen. Die 29 Kommentare verteilen sich auf 14 seiner Beiträge (26%). Die mittlere Länge der Kommentare ist recht kurz (36 Wörter). Sie stammen aus einem eigenen Kreis an Lesern, die vorwiegend (16 von 29) auf die technischen Themen eingehen und Tipps geben oder Erklärungen formulieren. Seine wenigen bildungspolitischen Exkurse wurden nicht mit Kommentaren bedacht.

Der Blogger mit den fünftheisten Posts (41; Frequenz 34%) und den meisten Kommentaren (220) sowie den meisten eigenen Rückmeldungen (100) ist **Christian Spannagel**. Spannagel berichtet vorzugsweise über die eigene Lehre in der Mathematikdidaktik der Lehrerbildung (mittlere Länge 372 Wörter). Spannagels Weblog ist schon aufgrund der großen Zahl von Kommentaren außergewöhnlich. Dies verdankt sich vermutlich zwei Faktoren: Erstens zieht Spannagel eine kleine Anhängerschar von Kommentatoren an, die über 60% aller Kommentare abgeben: 15 der insgesamt 69 Personen (22%) geben 5 oder mehr Kommentare ab, davon 4 Personen mehr als 10 und einer allein 33. Und zweitens präsentiert er Themen, die sehr viele Kommentare bekommen. Die meisten inhaltlichen Kommentare erfolgen auf hochschuldidaktische Themen wie „Sinn und Unsinn von Vorlesungen“, „Neuronen in der Vorlesung“ und „Stufenmodell für Seminare“; aber viele Kommentare erfolgen auch auf ein zu Schulzeiten geschriebenes originelles Gedicht zu Schillers Wilhelm Tell oder auf einen Ulkfilm. Der Anlass zur Entstehung von Kommentarhäufungen (man kann nicht in jedem Fall von Threads sprechen) kann demnach sehr unterschiedlich sein. Die von Spannagel freimütig vorgebrachten Berichte über seine interaktiven Lehrversuche wirken so, als würde hier Hochschuldidaktik aus eigenem Erleben neu entstehen. Der Bezug zur eigenen Praxis, die spontan wirkende Reflexion, unbelastet durch pädagogische Theorien (allerdings auch unbelastet von vierzig Jahren hochschuldidaktischer Forschung) — diese Faktoren mögen entscheidend dafür sein, warum sich zu diesen Themen so viele lobend, dankend und staunend äußern (die Kategorie Sozialbezug hat mit 89 die meisten Kommentare). Viele Kommentare sind witzig, „kultig“, eine Art restringierter Code und unterscheiden sich darin deutlich von denen anderer Weblogs. Seine eigenen Rückmeldungen sind sehr zahlreich (100 zu 220), teilweise recht ausführlich, aber im Mittel doch eher kurz.

Peter Baumgartner ist mit nur 10 Posts (Frequenz 8%) ein Sonderfall, auf den ich aber aufgrund der hohen Qualität der Kommentare hier eingehe. Baumgartner kombiniert die Website mit dem Weblog. Während die Website mit 14 Einträgen im Untersuchungszeitraum die Funktion eines Tagebuchs übernimmt, dessen Einträge sich fast ausschließlich auf die eigenen Aktivitäten beziehen, zu denen keine Kommentare zugelassen sind, ist das Weblog im selben Zeitraum mit acht seiner zehn Beiträge dem Pattern-Workshop nach Alexander gewidmet. Seine Posts haben die größte durchschnittliche Länge aller 15 Weblogs mit 750 Wörtern. Die 48 Kommentare sind die längsten der gesamten Stichprobe mit einer durchschnittlichen Länge von 537 Wörtern. 40 Kommentare stammen allein von drei Teilnehmern des Workshops, die das Thema auf hohem Niveau diskutieren und den Workshop so durch einen Diskussionsfaden fortsetzen. Die Zahl der Kommentare ist gemessen an der Zahl der Posts relativ hoch (Mittelwert 4,8). Alle sieben kommentierten Posts erhalten Diskussionsfäden (Threads), fast alle Kommentare fallen in die Kategorie Sachbezug, und die Kommentare enthalten eine ganze Reihe anspruchsvoller Diskurse.

Michael Kerres thematisiert in seinen 30 Posts (Frequenz 25%) zu etwa gleichen Teilen Probleme und Erfolge in eigener Sache, hochschulpolitische Fragen, didaktische und schulpolitische Themen, Aspekte des eLearning sowie Hinweise auf und Kritik an Studien und Artikeln. Die Beiträge sind durchschnittlich 287 Wörter lang. Diese Mischung müsste eigentlich einen geeigneten Anreiz zum Kommentieren bieten. Immerhin erhält er wie Baumgartner, Reinmann und Spannagel mehr Kommentare als er Posts geschrieben hat. Die 32 Kommentare verteilen sich fast gleichmäßig über die Kategorien Sach-, Selbst- und Sozialbezug.

Ab hier finden wir Weblogs, die im Untersuchungszeitraum weniger als 30 Posts geschrieben und weniger als 20 Kommentare erhalten haben. Bei den geringen Zahlen ist mit Prozentanteilen oder Quoten nicht mehr gut zu argumentieren. Auch die Zuordnung zu den Kategorien ist bei so geringen Zahlen nicht aussagefähig und müssen daher mit Vorsicht genossen werden. Ich werde mich auf wenige Merkmale beschränken und kurz fassen:

Sandra Hofhues ist mit 25 Beiträgen und 19 Kommentaren vertreten. Sie selbst gibt 16 mal Rückmeldung. Ihre Beiträge sind überwiegend private oder persönliche (z.B. Café-Studien, Stand der Diss, Etwas Werbung gefällig?, In den Fängen der Informationsflut, Frühlingsswahn) mit einer durchschnittlichen Länge von 254 Wörtern. Sechs Beiträge sind der Bildung gewidmet, drei Call for Papers, und fünf Referenzen auf aktuelle Studien. Die Kommentare sind bis auf wenige sehr kurz, mittlere Länge 78 Wörter. Die meisten Kommentare erfolgen in der Absicht aufzumuntern, Verständnis zu zeigen, Dank und Glückwünsche auszudrücken (Kategorie Sozialbezug).

Joachim Wedekind thematisiert in 22 Beiträgen wichtige bildungspolitische Themen wie Open Science, Bildungsstreik oder OLPC (mittlere Länge 236 Wörter). Er erhält zwar auf jeden zweiten seiner Beiträge einen Kommentar, aber in der Regel nur einen und sehr kurzen (mittlere Länge 59 Wörter), wobei die meisten der Kommentare aus dem hier analysierten Netzwerk stammen. Dennoch ergibt sich keine Diskussion, und die Kommentare sind eher Verweise auf einen eigenen Blogbeitrag oder auf eigene Projekte.

Mandy Schiefner hat in der fraglichen Zeit 19 Beiträge verfasst und 13 Kommentare erhalten. Ihre Texte sind im Mittel 328 Wörter lang. Sie verweist allein zehn mal auf Studien, Vorträge und Artikel, berichtet zweimal über Podiumsdiskussionen und Rollenspiele, kündigt zweimal einen Call for Papers an und lobt zweimal ein Plakat oder einen Film. Die Kommentare haben eine mittlere Länge von 109 Wörtern. Sie selbst hat nur sechsmal Rückmeldung gegeben. Der einzige Beitrag, der eine inhaltliche Diskussion entfacht und die Hälfte der 13 Kommentare an sich zieht, ist ausgerechnet einem Zitat aus einem meiner Aufsätze gewidmet (s.u.).

Trotz der wenigen Posts (15) von **Wolfgang Neuhaus** und der geringen Zahl von Kommentaren (16) haben sich an zwei Stellen Threads entwickelt, zu einem eigenen Vortrag und Diskussionsbeiträgen („Wohin mit den LMS?“ „Die E-Learning Industrie hinkt hinter den Potenzialen innovativer Pädagogik hinterher“). Die anderen Beiträge präsentieren Filme zu historischen Größen (Watzlawick, Glasersfeld), verweisen auf Bilder oder fremde Folien. Seine Texte sind im Mittel 201 Wörter lang, die Kommentare 146 Wörter.

Thomas Bernhardt teilt sich sein Weblog mit Marcel Kirchner, wodurch sich seine Posts auf 12 reduzieren, von denen sich allein 5 mit der Veröffentlichung seiner Bookmarks befassen, 3 mit Sitzungen seines Online-Seminars, 2 mit Tagungen und 2 mit neuer Software. 11 Kommentare (die kürzeste mittlere Länge aller Weblogs mit 22 Wörtern) spenden Lob für seine Bookmarks („Interessante Linktipps muss man zugeben“) oder für Protokolle seines Online-Seminars („Besten Dank für dieses Protokoll...“), erwähnen Eigenes („hatte mich für citeulike entschieden“), stellen eine Frage („Ist ein Test geplant?“) oder bedanken sich für eine Gastrolle im Online-Seminar.

5. Fazit

Wenn Peter Hogenkamp² meint, „In US-Blogs finden sich oft Dutzende von Kommentare, die nur ‚Great!‘ oder ‚Thanks, very interesting‘ lauten. Solche Beiträge entsprechen wohl wirklich nicht unserer Kultur“, dann irrt Hogenblatt. Selbst in einem Netzwerk kompetenter und an Bildung interessierter Wissenschaftler kommt diese Sprechaktsorte ebenso häufig vor wie die sachbezogenen Kommentare. Allerdings kann ich Hogenblatt nur zustimmen, wenn er meint: „Trotz Usability-Problemen liegt die grösste Hürde derzeit noch mehr im Wollen als im Können. Eine Kommentarkultur muss erst geschaffen werden.“

Die Hoffnung der Hochschuldidaktik muss auf der Kommentarkultur liegen, dem Reflexionselement des partizipativen Lernens, ganz im Sinne Jörg Dünnes (2004):

„Kommentierende Netz-Anwendungen – so meine These – können möglicherweise von ausgezeichneter Bedeutung bei der sprachlichen Bewältigung der ungeheuren Diskursvielfalt bzw. bei der Etablierung eines (mehr oder weniger einheitlichen und stabilen) kulturellen Gedächtnisses sowie individueller Selbstpraktiken im Rahmen einer Diskurs- und Gedächtnisordnung sein.“ (S. 39)

² Interview in: netzwoche, Nr. 37 vom 17. Oktober 2007; http://www.zeix.com/aktuelles-publikationen/wp-content/uploads-zeix.com/2007/10/Zeix_Netzwoche_07_37_Userparticipation.pdf

Weblogs „können möglicherweise von ausgezeichneter Bedeutung“ sein, aber dies bleibt vorläufig eine Hoffnung. Am Ende der Sicht auf drei relativ begrenzte Weblognetze muss man die Frage, die ich eingangs mit Bezug auf Claus Leggewies Aussagen gestellt hatte, wie folgt beantworten: Ja, Weblogs sind eine „eher monologische Form des Ausdrucks“, es entstehen nur wenige Threads. Zwar achten Blogger auf die Weblogs der Anderen, aber gegenseitiges Kommentieren wird nur von wenigen und selten wahrgenommen.

Die Frequenz der Beiträge ist bei den meisten Bloggern zu gering, um wirklich präsent zu sein, die Art der Beiträge ist i.d.R. sehr gemischt oder folgt einem Schema (s. Ebner und Robes). Der Anteil des eigenen Wissens ist bei vielen gering, sie referenzieren fremde Quellen und verbreiten Sekundärwissen. Von durchgängig diskutierten Themen ist nicht zu reden. Nur im Fall von Baumgartner wird über eine gewisse Zeit hinweg ein einziges Thema verfolgt. An dem Beispiel kann man erkennen, wann es zu extensiven Diskursen kommt. Die anderen Weblogs dieser Stichprobe kennen jedoch kein länger oder wiederholt diskutiertes Thema (einige der Geschichtsblogs schon), sondern bieten eher ein Kaleidoskop ständig wechselnder Themen. Was bleibt, sind, um mit dem Namen von Baumgartners Weblog zu sprechen, „Gedankensplitter“, die in den Blogs angeboten werden. In einem kürzlich veröffentlichten Aufsatz (Schulmeister 2009) hatte ich bereits in diesem Sinne vermutet:

„Die Technik des RSS Feed, auf der das ‚social tagging‘ beruht, bietet sichtlich Vorteile für den schnellen Zugriff auf Quellen und stellt eine effiziente Methode für die Vernetzung untereinander dar – aber diese Methode der Netzbildung hat aus sozialwissenschaftlicher Sicht auch Nachteile und birgt Risiken: Man liest die Gedankenschnipsel der Geistesverwandten in Weblogs und nimmt sich kaum noch Zeit für die umfangreichen Originale und die anspruchsvollen Monographien. Was auf diese Weise entsteht, das sind nicht wissenschaftliche Schulen wie ehemals, auch nicht echte Diskurszirkel, sondern Zitationskartelle. Neue Pseudotheorien und Mythen und Moden entstehen in einer Geschwindigkeit, der die Bildung des kritischen Geistes nicht zu folgen vermag.“ (S. 320/21)³

Man sollte nicht übersehen, worauf Schmidt, Frees und Fisch (2009) hinweisen, dass die Designkomponenten der Weblogs genau auf die erwähnten Eigenschaften abzielen: „Kommentierte Linklisten kanalisieren Aufmerksamkeit“. Insofern kann man Dünne (2004, S. 47) zustimmen, der sogar davon spricht, dass die Weblogs als solche „faktisch eine Ökonomie der Konzentration von Aufmerksamkeit in Gang setzen“. Dasselbe Ziel verfolgen implizit die

³ Auf das Zitat folgte ein Thread im Weblog von Mandy Schiefner (s.o.), wobei deutlich wurde, dass einige der Diskutanten den Aufsatz, aus dem das Zitat stammt, nicht kannten, und damit die Aussage bestätigten, wie Jochen Robes einräumt: „Ich tue Rolf Schulmeister jetzt wahrscheinlich Unrecht, weil ich auch auf dieses kurze Zitat Bezug nehme, ohne den gesamten Kontext zu kennen.“ Auch Thorsten Breustedt (<http://www.thorstena.de/?p=1200>) gesteht: „In den Kommentaren zu diesem Post steht ganz richtig, dass ja auch dieses Zitat aus dem Zusammenhang gerissen wurde und so die Gefahr besteht, über etwas zu urteilen, das man gar nicht richtig einordnen kann, wenn man dazu Stellung nimmt. Aber dennoch möchte man Schulmeister entgegen, dass sich in seine Äußerung eventuell ein ideologischer Restbestand, ein Spritzer Kulturpessimismus eingeschlichen hat.“ Zudem urteilt er, dass das technische Brimborium „vielen Kritikern (Schulmeister ist da ja nur ein Beispiel) die Sicht auf den wahren Sinn und Unsinn digitaler Kommunikationsarten zu nehmen scheint“. Vielleicht hat er die Lektüre des Artikels nachgeholt und sein Urteil inzwischen revidiert, nicht aber den Eintrag im Weblog.

Es kam keinem in den Sinn zu fragen, warum ich den veralteten Ausdruck „Zitationskartell“ statt „Zitierkartell“ benutzt hatte. Zitation hat seine Bedeutung aus dem 17. Jh als „herbeirufen, vorladen, sich auf die Zeugenaussage jmds. berufen“ (i.S. von ‚vor Gericht laden‘) konserviert (s. DUDEN Herkunftswörterbuch, Fremdwörterbuch, Wahrig, Websters Dictionary). Und prompt sah ich mich mit Kommentaren konfrontiert, die mir wie eine Vorladung vorkamen, nicht aber wie eine Einladung zu einem Diskurs.

Blogrolls, die Trackbacks, Pingbacks und Tweetbacks, sie kanalisieren die Aufmerksamkeit oder „zersplittern“ die Aufmerksamkeit des Lesers. Da es sehr viele sind, darf man vermuten, dass sie die Aufmerksamkeit vom sorgfältigen Lesen ablenken und ein Hypertext-analoges Sprungverhalten auslösen können.

Die Kommentare sind schon quantitativ betrachtet sehr dünn, die 554 Posts haben 533 Kommentare erhalten, das Verhältnis Posts : Kommentaren beträgt also weniger als 1 : 1. Die Relation ist bei den Corporate Blogs und bei journalistischen Blogs ganz anders, dort betragen die Kommentare i.d.R. das Vielfache der Beiträge. Die Kommentare sind überwiegend recht kurz, in der Regel zu kurz für eine wirkliche Argumentation. Mit der Ausnahme von Baumgartners Weblog sind die Kommentare im Schnitt zwischen 22 und 146 Wörter lang und über die Hälfte der Kommentare haben im Mittel unter 100 Wörter. Die Kommentare stammen überwiegend von Personen außerhalb des analysierten Netzes, teilweise von Studierenden der Blogger.

Verweise auf Filme und andere Arbeiten scheinen sich offenbar nicht als Anreiz für Kommentare zu eignen. Wo Kommentare vorkommen, lässt die Art der Kommentare wenig Hoffnung auf Diskurse und eine echte Kommentarkultur aufkommen. Sie erfüllen soziale Funktionen, geben positives Feedback, beglückwünschen, bestätigen und ermuntern. Dort, wo es in seltenen Fällen zu Diskursen kommt, kann man vermuten, dass es mit der persönlichen Art der Beiträge sowie der Bereitschaft zur Rückmeldung zu tun hat (Reinmann und Spannagel). Möglicherweise wäre es interessant, sie mit der von Bliemeister gewählten Methode nach Schulz von Thun daraufhin zu untersuchen, welche Seiten der Nachricht ihre Beiträge zeigen oder ob sie Appelle enthalten.

Es wird deutlich: Weblogs sind vorwiegend für die Verlautbarung der eigenen Stimme da. So erweist sich auch in diesem Netz der Bildungsblogger als zutreffend, was Schmidt, Schönberger und Stegbauer (2005) für einige Weblog-Typen als öffentliches Rasonnieren bezeichnet haben. Von einer Kommentarkultur im Web 2.0 kann man jedenfalls (noch) nicht sprechen. Ich wage auch zu bezweifeln, dass sich eine solche Kommentarkultur in Netzen mit großer Nähe prinzipiell entwickeln kann. Dem stehen vermutlich mehrere Faktoren entgegen: Der Individualismus oder Eigensinn der Blogautoren, das Autonomiebestreben, die Motivation, die eher auf das Verlautbaren als auf Kommentieren ausgerichtet ist, und vielleicht auch der Mangel an Zeit. Michael Kerres hat einmal auf die Frage, warum in Blogs keine Kommentarkultur entsteht, die Antwort gegeben: „Als Ergebnis unserer kleinen Befragung lässt sich festhalten, dass es – neben mangelnder Fehlertoleranz – aus Sicht der Teilnehmenden (29) vor allem an interessierten Kollegen fehlt, die Interesse an Austausch haben.“ (<http://feeds.kerres.name/~r/kerresblog/~3/eZvwBVcF9e8/zehn-thesen-warum-deutsche-blogs-nicht.html>).

Im journalistischen oder politischen Sektor scheint das Weblog eine adäquate Methode zu sein, denn dort wechseln die Themen täglich und die Leserschaft ist breit und unterschiedlich. Manche Themen sind brisant und manche Posts provokativ formuliert, in journalistischen Blogs kann man daher häufig lange Ketten von Kommentaren vorfinden. Auch in den Corporate Blogs, wie die Studie von Bliemeister zeigt, entsteht eine blühende Kommentarkultur. Autoren und Leser kennen sich in der Regel nicht und entsprechen daher eher Mark Granovettters Konzept der schwachen Bindungen. Die Kontinuität der Themen spielt unter diesen

Bedingungen eine geringe Rolle, Ansprüche an das Niveau der Kommentare werden nicht gestellt. Wenn man die drei Aspekte von Weblogs heranzieht, Identitätsmanagement, Beziehungsmanagement und Informationsmanagement, die Schmidt, Frees und Fisch (2009) unterscheiden, so kann man möglicherweise sagen, dass journalistische, politische und Corporate Weblogs eher dem Informationsmanagement verpflichtet sind und weniger Anlass zu Identitätsmanagement oder Beziehungsmanagement verspüren, während in den kleinen Netzwerken mit den „strong ties“, wie dem hier untersuchten EduBlogger-Netz eher das Identitäts- und das Beziehungsmanagement dominieren. Dies stimmt überein mit dem Befund an den Geschichtsblogs, dass „die kollaborative Fortführung der Inhalte eines Blogs nicht im Zentrum der Kommentarkultur steht“, sondern eher die „soziale Fühlungnahme“.

Im Bildungsbereich sollte man allerdings erwarten können, insbesondere wenn man die Absicht hat, diese Methode im Studium als Lern- oder Lehrmethode einzuführen, dass der Austausch von Ideen und Meinungen zu wissenschaftlichen Diskursen führt. Web 2.0 erhebt den Anspruch auf Partizipation, auf aktive Teilhabe, dieser Anspruch scheint aber noch nicht eingelöst zu werden.

Nach Lektüre der Beiträge und Kommentare nur dieses kleinen Netzwerks habe ich mich gefragt, welcher Wissenschaftler eigentlich mit dieser Informationsflut mithalten kann ohne seine eigene Forschung zu vernachlässigen. Und ich habe mich dabei an eine Aussage aus der Frühzeit des Web 2.0 erinnert:

„Der Hypothese, die massenhaftes Wachstum gleich Qualitätssprung setzt, lässt sich nun gleich Mehreres entgegenhalten: Das Internet führt zu gravierendem Wissensverlust, denn Information ist nicht gleich Wissen und die Informationsflut steigert das Nicht-Wissen bzw. die Ohnmacht, das wirklich relevante Wissen zu selektieren.“ (Schulmeister 2000)

Referenzen

- Bliemeister, Mathias (2009). Weblogs – Gespräche mit Kunden. Chancen und Nutzen von Weblogs im unternehmerischen Kontext. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Erlangung des akademischen Grades eines Magister Artium der Universität Hamburg.
- Brahm, Taiga (2007). Blogs – Technische Grundlagen und Einsatzszenarien an Hochschulen. In: S. Seufert, T. Brahm (Hrsg.): *Ne(x)t Generation Learning: Wikis, Blogs, Mediacasts & Co. – Social Software und Personal Broadcasting auf der Spur*. Themenreihe 1 zur Workshop-Serie, SCIL-Arbeitsbericht 12, St. Gallen, S. 69-89.
- Bund, Kerstin (2009). Twitter. Das Geschäft mit der Geschwätzigkeit. DIE ZEIT, 07.05.2009 Nr. 20 - 07. Mai 2009; <http://www.zeit.de/2009/20/Twitter>.
- Döring, Nicola (2003). *Sozialpsychologie des Internet*. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe: Göttingen 2. vollst. überarb. u. erw. Aufl.
- Dünne, Jörg (2004). Weblogs: Verdichtung durch Kommentar. PhiN-Beiheft 2/2004: 35-65.
- Ito, Joichi (2004). Weblogs and Emergent Democracy. Edited by Jon Lebkowsky. Version 3.2. [<http://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html>].
- Krauss, Susanne (2008). Weblogs als soziale Netzwerke: Eine qualitative Beziehungsanalyse. In: A. Zerfaß/M. Welker, J. Schmidt (Hrsg.). *Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web*. Bd 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Herbert von Halem Verlag: Köln, S. 327-347.
- Leggewie, Claus (2006). Politische Beteiligung, bürgerschaftliches Engagement und das Internet. Interview der Stiftung digitale Chancen, 21.07.06;

- <http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/key.2362/secid.16/secid248>
- Leikauf, Roland (2008). Die Kommentarkultur in Geschichtsblogs. Unveröff. Ms. Hamburg.
- Perschke, Rasco/Lübcke, Maren (2005). Zukunft Weblog?! – Lesen, Schreiben und die Materialität der Kommunikation. Anmerkungen zu einem neuen Typus der Online-Kommunikation aus kommunikationstheoretischer Sicht. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, 2005, Beitrag 7
[http://www.soz.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B7_2005_Perschke_Luebecke.pdf].
- Reckwitz, Andreas (2003). Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive. *Zeitschrift für Soziologie* 32, no. 4, S. 282 – 301.
- Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian (2005). Erkundungen von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung. kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, 4; http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer.pdf
- Schmidt, Jan/Frees, Beate/Fisch, Martin (2009). Themenscan im Web 2.0 (media perspektiven 2/2009, S. 50-58).
- Schulmeister, Rolf (2000). Zukunftsperspektiven multimedialen Lernens. In: K.-H. Bichler/W. Mattauch. *Multimediales Lernen in der medizinischen Ausbildung*. Springer: Heidelberg.
- Schulmeister, Rolf (2006). *eLearning: Einsichten und Aussichten*. Oldenbourg Wissenschaftsverlag: München.
- Schulmeister, Rolf (2009). Der Computer enthält in sich ein Versprechen auf die Zukunft. In: U. Dittler, J. Krameritsch, N. Nistor, C. Schwarz, A. Thillosen (Hrsg.). *E-Learning: Eine Zwischenbilanz*. Kritischer Rückblick als Basis eines Aufbruchs. Waxmann: Münster, S. 317-323.

Weblog-Adressen

A. Geschichtsblogs

Alexander König: Geschichte und Neue Medien	http://www.geschichte-und-neue-medien.de
Geschichtspuls	http://geschichtspuls.de/
Public Historian	http://publichistorian.wordpress.com/about/
historik.de	http://www.historik.de/
geschichtspassage.de	http://www.geschichtspassage.de/wordpress/index.php
Weblog zu Netz und Geschichte	http://netzgeschichte.wordpress.com/
Zwerge auf den Schultern von Riesen	http://zwergeblick.wordpress.com
World History Blog	http://www.worldhistoryblog.com/
Archivalia	http://archiv.twoday.net/
A Historian's Craft	http://idlethink.wordpress.com/
Digitale Regionalgeschichte	http://digireg.twoday.net/
Experiences of an English Soldier	http://www.wwar1.blogspot.com/
Chicago History	http://chicagohistory-sharonwilliams.blogspot.com/
The Modern Historian	http://modernhistorian.blogspot.com/
The Crowd Roars	http://silentfilmlegend.blogspot.com/
The Victorian Era	http://19thcentury.wordpress.com/page/5/
Executed Today	http://www.executedtoday.com
The Bowery Boys	http://theboweryboys.blogspot.com/

The Dambusters	http://617dambusters.blogspot.com/
Marine Historian	http://marinehistorian.blogspot.com/

Alle Adressen wurden zuletzt im Dezember 2008 aufgerufen.

B. Corporate Blogs

Unternehmen	Weblog
Daimler AG	blog.daimler.de
Frosta AG	www.frostablog.de/blog
Keltereier Walther GmbH & Co.	www.saftblog.de
Adam Opel GmbH	www.insignia-blog.de
Werner & Mertz GmbH	www.froschblog.de
Henkel AG & Co. KgaA	www.persilblog.de

Alle Adressen wurden zuletzt im März 2009 aufgerufen.

C. EduBlogs

Peter Baumgartner: Gedankensplitter	http://www.peter.baumgartner.name/
Thomas Bernhardt: E-Learning 2.0	http://www.elearning2null.de/
Beat Döbeli Honegger	http://wiki.doebe.li/Beat/WebLog
Martin Ebner: E-Learning Blog	http://elearningblog.tugraz.at/
Richard Heinen: Appendix-Blog	http://www.appendix-blog.de/
Sandra Hofhues in the Sky	http://sandrainthesky.wordpress.com/
Michael Kerres	http://blog.kerres.name/
Wolfgang Neuhaus: # konvivial	http://www.mediendidaktik.org/
Gabi Reinmann: E-Denkarium	http://medienpaedagogik.phil.uni-augsburg.de/denkarium/
Jochen Robes: Weiterbildungsblog	http://www.weiterbildungsblog.de/
Sandra Schaffert	http://sandra.schaffert.ws/
Mandy Schiefner: HEAD.Z Blog	http://2headz.ch/blog/
Christian Spannagel: chrisp's virtual comments	http://cspannagel.wordpress.com/
Helge Städtler: Thetawelle	http://www.ifeb.uni-bremen.de/wordpress_staedtler/
Joachim Wedekind: Konzeptblog	http://konzeptblog.joachim-wedekind.de/

Alle Adressen wurden zuletzt im August 2009 aufgerufen.